

Wirtschaftsfaktor Tourismus

Der Rubel rollt im Urlaub

Wie viele Besucher kommen in eine Kommune und was bringen sie monetär? Nur individuelle regionalökonomische Analysen, in welchen der Tourismus in seiner Umsatz- und Einkommenswirkung betrachtet wird, bieten die Grundlage belastbarer Aussagen zum Stellenwert des Tourismus.

Tourismus ist eine typische Querschnittsbranche, in der viele Gewerbe mitmischen. Als einziges Segment wird der klassische Übernachtungstourismus in gewerblichen Beherbergungsbetrieben statistisch erfasst. Zum Tourismus zählt auch der sogenannte Graue Beherbergungsmarkt. Darunter werden Camping- und Wohnmobiltourismus, Übernachtungen in Privatquartieren oder Freizeitwohnungen sowie Besuche von Verwandten, Bekannten und Freunden gefasst. Das quantitativ wichtigste Segment ist meist der Tagestourismus. Deutschlandweit generiert er rund sieben Mal mehr Aufenthaltstage als der statistisch erfasste Übernachtungsmarkt.

Alles bereit für den zahlenden Gast: Tourismus ist für viele Kommunen ein elementarer Standortfaktor. In einer Wirtschaftlichkeitsanalyse lässt sich darstellen, wer tatsächlich von den Urlaubern profitiert.

Gerade während des Urlaubes oder bei der Ausübung von Freizeitaktivitäten wird nur selten gespart. Vielerorts werden jedoch nur die Inhaber der Beherbergungsbetriebe und die Gastronomen zu den Profitoren des Tourismus gezählt. Neben dem Gastgewerbe (Beherbergung- und Gastronomie) profitieren vor Ort aber auch der Einzelhandel (Einkauf von Lebensmitteln und sonstiger Waren) und andere Dienstleistungsbranchen (Unterhaltung/Freizeit/Sport, lokale Transportunternehmen sowie sonstige Dienstleister).

Die Generierung von Einkommen ist neben der Erzielung von Umsätzen ein wichtiges Ziel im regionalökonomischen Handlungsfeld. Im Mittelpunkt touristischer Wertschöpfungsanalysen steht deshalb die Bestimmung des Bruttoumsatzanteils, der zu Einkommen wird. Aus den Bruttoumsätzen aus dem Tourismus in einer Kommune werden hierfür die ent-

haltenen Mehrwertsteueranteile herausgerechnet. Die verbleibenden Nettoumsätze werden anhand branchenspezifischer Kostenstrukturen in direkte Einkommenswirkung (Löhne, Gehälter und Gewinne) und Vorleistungsbezüge aufgeteilt.

So führen hohe Ausgaben in der Vermietung von Ferienwohnungen beispielsweise zu hohen Wertschöpfungsanteilen, während hohe Anteile von Einzelhandelsausgaben eher niedrige Wertschöpfungsanteile beinhalten. Auch die für die Bereitstellung touristischer Produkte und Dienstleistungen erforderlichen Vorleistungsbezüge führen zu Wertschöpfungen bei den Vorleistungslieferanten. Daher profitieren Bäcker, Metzger, Energieversorger, Handwerker und viele andere Gewerke ebenfalls von den Gästen.

Der Tourismus generiert nicht nur Umsätze, er schafft auch lokale Arbeitsplätze. Über seinen Anteil an der Einkommensentstehung lässt sich der von ihm ausgehende Beschäftigungseffekt grob quantifizieren.

Neben den touristischen Leistungsträgern vor Ort profitiert auch die Kommune direkt durch das tourismus-

generierte Steueraufkommen. In erster Linie sind dies Gemeinschaftssteuern wie die Mehrwert- oder Einkommensteuer, die dem Bund zufließen und über den vertikalen Finanzausgleich auf Bund, Länder und Kommunen verteilt werden.

Der Großteil der touristischen Produkte und Dienstleistungen unterliegt der Mehrwertsteuer. Unternehmen führen für ihre Umsätze aus dem Tourismus jedoch nur den Umsatzanteil an den Fiskus ab, der um die in den Vorleistungsbezügen enthaltenen Vorsteuern bereinigt wurde. Dieser Nettosteuerzufluss lässt sich über die individuelle Zusammensetzung des Steueraufkommens und die in den Unternehmen anzuwendenden Kostenstrukturen quantifizieren. Auf die direkten und indirekten Einkommen, die aus dem Tourismus resultieren, ist von den Einkommensbeziehern Einkommensteuer zu entrichten.

WERTSCHÖPFUNGSFAKTOR STEUERN

Durch Grundsteuer, Gewerbesteuer, Zweitwohnungssteuer, Kurtaxe (Gast) und Tourismusabgabe (Gewerbe) erzeugt der Tourismus zusätzliche Kommunaleinnahmen, deren Quantifizierung nur über spezifische Analysen der Kommunalhaushalte möglich ist. Der Aufwand lohnt sich: Wertschöpfungsanalysen zeigen, dass der Betrag, den Kommunen in Form von Zuführungen zum Kommunalhaushalt aus Mehrwert- und Einkommensteuer sowie touristisch bedingtem Gewerbesteuer-aufkommen einnehmen, die finanziellen Aufwendungen für den Tourismus zumeist übersteigen. Die Einnahmen erreichen je nach Kommune eine Größenordnung von unter einem Prozent bis weit über drei Prozent der jeweils dort erwirtschafteten touristischen Nettoumsätze.

Moritz Sporer / Manfred Zeiner

DIE AUTOREN

Moritz Sporer ist Consultant, Dr. Manfred Zeiner Geschäftsführer beim Beratungsunternehmen DWIF-Consulting, München, das auf die Tourismusbranche und Freizeitwirtschaft spezialisiert ist (info@dwif.de)

Wir fördern
das Gute in NRW.



Sportanlage Nordwalde, umgesetzt mit der individuellen Beratung der NRW.BANK.

Wenn es darum geht, ein komplexes Projekt zum Leben zu erwecken, ist gute Teamarbeit Gold wert. Die NRW.BANK ist Partner rund um alle kommunalen Fragestellungen. Im Sinne einer fachlich versierten Unterstützung beraten unsere Spezialisten unabhängig, individuell und kostenlos. Sprechen auch Sie mit uns über Ihre kommunalen Herausforderungen.

0211 91741-4600

www.nrwbank.de/teamarbeit

NRW.BANK
Wir fördern Ideen